Conocer sus métodos
es la única forma de protegerse.

EL LIBRO NEGRO DE LA MANIPULACIÓN POLÍTICA Y PUBLICITARIA

Ismael Linares

Martinnus





www.Academia.edu.uy



www.Academia.edu.uy

EL LIBRO NEGRO DE LA MANIPULACIÓN POLÍTICA Y PUBLICITARIA

Conocer sus métodos
es la única forma de protegerse.

EL LIBRO NEGRO DE LA MANIPULACIÓN POLÍTICA Y PUBLICITARIA

Ismael Linares

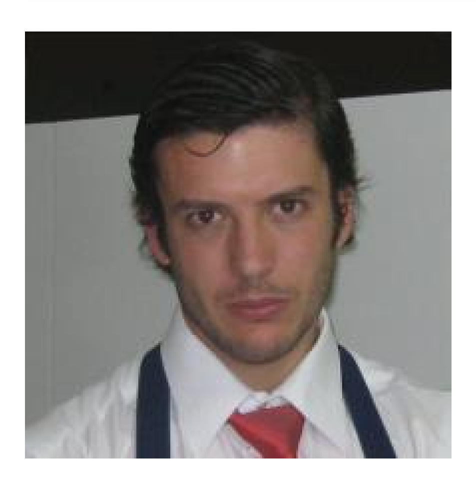




www.Academia.edu.uy

Martinnus





La protección está dada por la educación…

La manipulación se basa en el carácter irreflexivo de nuestras creencias y en el carácter sugestionable de nuestro comportamiento, en especial en lo que concierne a aquellos asuntos directamente vinculados al poder: religiosos, políticos, económicos, o educativos.

Frecuentemente sostenemos nuestras creencias apoyadas más en la complicidad mutua que en la propia opinión. La propaganda se fundamenta directamente en éste carácter social de la mentalidad de las masas. La esencia del hombre no es racional en absoluto.

Pero, ¿qué tiene de peligroso todo esto?

La cualidad destructiva de la manipulación viene dada por el hecho de que necesita del engaño para deteriorar tu apreciación de los hechos, y **estimula tu infelicidad** para que actúes más fácilmente.

Sí. Para mover a la acción, la manipulación debe generar un sentimiento de infelicidad y descontento en las personas. De ahí que sea necesario cimentar una muralla de protección que aísle nuestras emociones y nos haga cada vez menos sugestionables.

Ésta muralla solamente puede ser construida con educación y conocimiento. El más efectivo método de contra manipulación consiste en entender los métodos de manipulación, **Martinnus**

para detectarlos y evitarlos en forma automática. Tan fácil como eso.

El persuasor político o comercial queda indefenso cuando el público reconoce sus métodos. Ésta es la manera de desbaratar la manipulación **y ser libres para pensar y decidir.**

Es imprescindible que tus hijos, tus amigos, y tus seres queridos lean éstas páginas.

Para que seamos LIBRES.

Ismael Linares

PD: Estaré feliz de recibir tus impresiones sobre la información que brindo en éstas páginas, a través de www.Academia.edu.uy, o en mi página de Facebook

www.facebook.com/oratoriauy. Adelante!



A continuación te presentaré, en forma sencilla, breve y fácil de leer, una lista de los principales métodos de manipulación que se utilizan habitualmente. No son todos los que existen, pero son suficientes para que te vuelvas **un individuo difícil de manipular o engañar.**

Comencemos…

SIMPLIFICACION EXTREMA

Éste recurso se emplea para que el oyente encuentre fácilmente a quién responsabilizar, y tenga la sensación de que su candidato basta para solucionar el problema. Se lo induce a extraer una rápida conclusión evitando que se detenga a reflexionar demasiado.

También se utiliza para eludir responsabilidades propias o para hacer converger el amor o el odio colectivo en una persona determinada.

Martinnus

Si yo te digo: “la delincuencia es la consecuencia directa de la drogadicción en los jóvenes”, estoy evitando contarte muchos otros pormenores cuya responsabilidad tal vez sí recaiga sobre mi persona (por ejemplo, cuál es el motivo por el que los jóvenes consumen drogas y qué he hecho para solucionarlo).

Cuando te digo: “todo esto se lo debemos o es culpa de éste individuo” estoy simplificando al extremo una situación en la cual seguramente el éxito o el fracaso hayan dependido de otros factores, muchas veces ajenos al control de esa persona o grupo que quiero elevar o sepultar.

Otra forma de simplificación extrema es la publicidad política en la cual solamente vemos la foto del candidato, el número de su lista, o el logotipo del partido. No se nos dice nada acerca de quién es esa persona o qué piensa hacer, sino que se utilizan símbolos con el fin de sugestionar los ánimos, sin intentar llamar a la reflexión o al pensamiento.

Esto se conoce como **“violencia simbólica”** , y es sabido que éste tipo de violencia muchas veces da lugar a la **“violencia real”** . Por regla general, a mayor intensidad de las pasiones desatadas, mayor probabilidad de llegar a la violencia propiamente dicha. La ocurrencia de éstos hechos generalmente favorece al candidato, porque enardece aún más las pasiones de quienes lo siguen.

EXACERBAR PASIONES

"¡Debemos hacerlo por nuestra historia! ¡Por nuestros líderes y por aquellos que lucharon por el partido!" Algo así nos dicen cuando intentan exacerbar las pasiones en forma simple y rápida.

Los persuasores ideológicos rara vez exponen argumentos racionales y empíricamente verificados. No nos detallan cómo van a enfrentar la devaluación en Brasil, ni cómo se podría catapultar nuestro país al primer mundo. Comúnmente observamos que apelan a sus símbolos y líderes históricos. Éstos líderes históricos, la mayoría de las veces, vomitarían solamente con enterarse de la conducta que observan sus herederos. Como ya han fallecido y no pueden protestar ante la manipulación de su figura, los partidos no dudan en traerlos a colación incluso en asuntos que nada tienen que ver con lo que predicaron aquellas personalidades.

Tan acostumbrados estamos a ésta violencia simbólica, que jamás nos detenemos a considerar porqué está la imagen de ese caudillo mientras habla éste aspirante al gobierno.

¿Para qué la necesita? ¿Acaso no bastan sus palabras y sus argumentos? Por supuesto que no.

Está intentando, en forma deliberada, exaltar pasiones que faciliten la penetración del mensaje emotivo, ya que no racional.

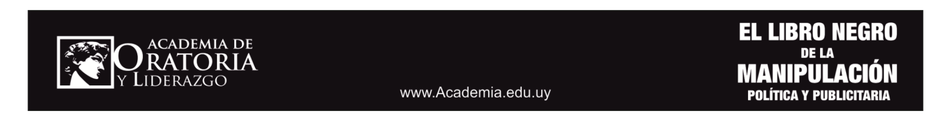
Martinnus

DIFAMACION AMBIGUA

El persuasor eficiente utiliza ésta técnica de tal manera que el difamado no pueda defenderse. Notarás que los ataques raras veces son denuncias concretas, sino comentarios destructivos y poco específicos. De ésta manera se torna muy difícil la defensa: **es una guerrilla verbal en la cual, cuando intentas defenderte, no sabes muy bien cuál fue el ataque.**

La difamación puede llevarse a cabo incluso con la expresión del rostro al referirse a determinada persona. La respuesta que pulveriza a

la difamación es: “Haga una denuncia concreta”. En política es muy difícil escuchar ésta respuesta, seguramente porque ante éste reto el difamador tendrá delitos y crímenes reales para denunciar. Si no lo hace desde un principio es en respeto de ciertos códigos de mutua complicidad que surgen, tarde o temprano, en los ambientes políticos.



OCULTACION DE LOS HECHOS EN FORMA

DELIBERADA

Sufrimos permanentemente ésta agresión. Mientras la inflación sube sin control, los noticieros cuentan la historia de los vecinos del barrio que rescataron al gato que no podía bajar del árbol. Mientras hay muchas personas inteligentes, capaces y creativas, cuyo consejo sería la salvación para varios, nos muestran los comentarios de un partido de futbol.

Ésta es una de las técnicas de persuasión permanentemente utilizadas para limitar la inteligencia y la visión de lo que realmente está ocurriendo. Ten presente que es mucho más barato, fácil y rápido manipular al individuo cuya inteligencia es limitada, y los medios masivos son utilizados a éste propósito.

A modo de ejemplo, mientras el mundo veía con la mayor atención las olimpíadas organizadas por la Alemania de Hitler pensando que eso era lo más importante que estaba ocurriendo en aquél país, lo que de verdad ocurría era que Alemania planificaban la conquista de Europa.

Mientras un político nos habla de la belleza de los colores de sus banderas y de la unión de sus votantes, nos oculta la verdad: no existen ideas serias, concretas y evaluadas, para producir mejora alguna en el país.

Martinnus

REGOCIJO ANTE LA CRISIS

Esto es importante: los ambientes de crisis ofrecen condiciones

potenciadoras del mensaje persuasivo, condiciones que **amplifican** su penetración. Ante un estado de necesidad o preocupación la inocencia y credibilidad del público crece en forma exponencial. Es éste el momento que utiliza el persuasor para manipular y torcer las voluntades con mayor eficiencia y facilidad, utilizando todos los demás principios que se presentan en éste reporte.

Como en casi todas las ciencias sociales, también en la persuasión **es más importante "el cuándo" que "el qué".**

CREENCIAS ARRAIGADAS

El persuasor siempre se cuidará de no atacar algunas creencias y costumbres firmemente arraigadas. Nunca se atreverá un partido con nuestro prócer Artigas, antes bien intentará adherir su imagen a la causa del partido.

El público en masa, cuyo carácter es irracional y emocionalmente influenciable, tolerará menos que el candidato no tome mate (bebida típica de Uruguay) que no sepa de políticas económicas.

Las políticas económicas no son un sentimiento arraigado, pero sí lo es el mate. De ésta manera verás al personaje cuidándose de aparecer en las fotos tomando mate o comiendo asado con cuero, y dejará en un plano de segunda importancia la exhibición de conocimientos, muchas veces inexistentes.

El persuasor no ataca jamás (antes bien se apoya en) las creencias ya arraigadas, y a partir de ellas teje su discurso persuasivo.

MINAR LA MORAL

Martinnus

Éste recurso consiste en esgrimir, en forma persistente y continuada, argumentos tales como: "No vale la pena seguir trabajando en éstas

condiciones". Quiero que notes lo siguiente: nunca te van a mostrar una estadística de cómo antes sí valía la pena y de cómo ahora no vale la pena, no te van a explicar una solución racional, y ni siquiera te van a explicar el problema en forma racional.

Tal vez en rigor sí sea favorable "continuar trabajando en éstas condiciones", pero cuando escuchas lo contrario en forma continuada y persistente terminarás creyendo que el trabajo es realmente inútil. El carácter sugestivo e irracional de nuestra naturaleza no exigirá, al menos durante un período inicial, datos concretos que demuestran esa creencia.

ELIMINAR LA PERSONALIDAD. MASIFICAR.

Éste es uno de los recursos más perniciosos, tanto por bestializar a la persona como por su dramática eficacia.

Saben muy bien los persuasores que **la masa de individuos es menos inteligente que el individuo razonando individualmente.** Por eso siempre verás a los presentes agrupados, apretados, hacinados. Es un principio de las técnicas de oratoria y persuasión que a mayor



cercanía entre los escuchas menor es su capacidad de discernimiento y mayor su receptividad a las sugestiones y contagios emocionales.

Pregunto: no sería razonable que un político dijera al finalizar su discurso: "No aplaudan ahora. Decidan, una vez finalizada mi gestión, si soy merecedor de sus aplausos". Sin embargo, el público arrebañado aplaude rabiosamente y sin detenerse a pensar que en realidad está aplaudiendo promesas o esperanzas, nunca realidades concretas.

Esa rabia en las demostraciones de admiración no ocurre con el individuo en solitario.

Para entusiasmar con mayor facilidad, el persuasor debe juntar, apretar, confundir y arrebañar a sus escuchas para que se vuelvan cada vez menos persona y cada vez más masa.

ESTIMULAR LOS DESEOS REPRIMIDOS.

Siempre nos hablarán del dinero que podemos ganar, de la influencia que podemos obtener, y de las chicas o chicos que podremos conocer en la agrupación. Todos esos son deseos reprimidos.

Otro deseo reprimido típico es la violencia, y se le muestra salida a través de la exteriorización de fervorosos aplausos y cánticos que vimos en el punto anterior.

Martinnus

Es un recurso muy utilizado por los propagandistas del fútbol, que mientras te dicen

“No a la violencia” muestran imágenes de personas masificadas gritando, saltando, llorando y haciendo cualquier cosa menos pensar. Eso es tocar un deseo reprimido que tenemos las personas como vestigio de nuestro pasado en el cual la violencia era herramienta para la supervivencia.

Insisto en que notes cómo esto que parece normal (ver a un individuo gritando un gol o aplaudiendo fervorosamente a un político que no ha dicho nada concreto) es en realidad un triunfo de los persuasores. Logran que la masa le preste su atención a los elementos no trascendentales, para gastar tiempo y dinero en mirar o escuchar información de nula utilidad.

En momentos así, los persuasores realmente logran que las personas se aproximen más a una bestia que al ideal de ser humano listo y agudo con el que soñamos.

EMULACION SOCIAL

Los persuasores saben que el ser humano, por regla general, muestra una tendencia natural a la emulación. De ésta forma, se preocuparán de que en sus presentaciones se vean

muchas personas del mismo rango de edad y nivel socio-económico de la masa que desean manipular.

Aunque ésta masa inicial de individuos haya sido colocada en esa foto simplemente a cambio de una remuneración, las siguientes masas irán a los actos y defenderán esa causa simplemente por emulación de los primeros.

MUY IMPORTANTE: El individuo razonará no para evaluar la conveniencia de emular, sino para justificar la emulación. Se logra, entonces, cumplir con el siguiente objetivo de los manipuladores: que el individuo tenga la sensación de que sus conductas parten de sus propias conclusiones. Veamos el principio de "La Propia Conclusión".

PROPIA CONCLUSION

La victoria total de un manipulador es lograr que el individuo sienta y crea que las ideas surgen de sus propios razonamientos.

El manipulador sabe también que las personas tienden **no a razonar sus conductas futuras, sino a justificar sus conductas pasadas.**

Martinnus

Sabiendo éste importante principio, te invitarán a participar lo antes posible de sus actividades y campañas, dejando para tu propio cerebro el trabajo más importante: justificar tu participación. De ésta manera, creerás que los razonamientos son tuyos. En realidad, tus razonamientos hubieran justificado cualquier acción que hubieras tomado, por un camino o por el otro.

El que primero te hace actuar, lleva sobre tu mente una importante ventaja.

CONTRASTES PLANIFICADOS

Descubrí éste principio en un acontecimiento muy poco agradable: el ataque a las Torres Gemelas del 11-S.

Mucho se habló acerca de si el gobierno de Estados Unidos tenía conocimiento de esa amenaza, y se esgrimieron varios argumentos que apoyaban ésta hipótesis.

Personalmente, el hecho que me hace dudar es el siguiente: el presidente Bush, en el mismo momento en que se estrella el segundo avión, se encontraba en una escuela leyendo

cuentos ("Mi Mascota la Cabra") con los niños en una escuela primaria. Y no se me ocurre otro lugar más favorable para contrastar salvajemente con la impiedad de los terroristas.

Pido disculpas por atreverme con cuestiones tan delicadas, pero he aprendido que estamos exentos de responsabilidad cuando pensamos lo que no tenemos más remedio que pensar.

El método de manipulación aplica igual en caso de que el gobierno desconociera totalmente la amenaza. Al anoticiarse del primer ataque, decidió continuar su trayecto hacia la escuela, probablemente interesado en ser fotografiado y filmado con los niños y con la maestra para contrastar lo más posible con los adversarios.

EXAGERACION

Ésta herramienta es utilizada casi a diario y, aunque conocida por todos, no es reconocida cuando somos víctimas de ésta manipulación.

Al igual que ocurre con otras técnicas de manipulación, la sufrimos casi permanentemente, en casi todo lo que nos muestran y en casi todo lo que nos dicen.

Martinnus

Cuando escuchamos: "Esto va a traer consecuencias dramáticas", se utiliza la palabra

"dramáticas" sabiendo que tiene un fuerte contenido emocional para cualquiera, pero que en realidad su alcance no está definido.

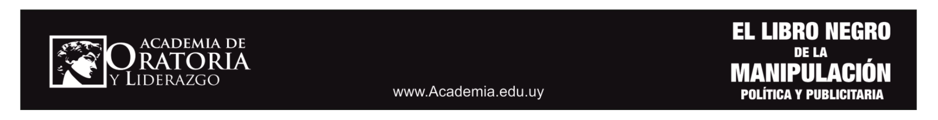
De ésta manera, el persuasor podrá defenderse siempre argumentando que lo que para él era dramático no lo era para el otro, y siempre se puede defender que un hecho es dramático: un orador peso pluma podrá argumentar sin demasiada dificultad que la muerte de un insecto es un "acontecimiento dramático".

Es muy, pero muy fácil exagerar sobre cualquier asunto, y me atrevo a decir que solamente recibimos información que exagera las bondades o los peligros de los acontecimientos.

AMBIGUEDADES

“Saldremos adelante”. Si dices algo así con la suficiente vehemencia, para un público masificado será muy difícil no tomar ésta afirmación como una verdad incuestionable.

El secreto de las ambigüedades es decirlas como si no lo fueran, es decir, como si su veracidad estuviera indiscutiblemente probada.



Es tan común escuchar éstas afirmaciones ambiguas, que nos parece extraño hacernos cuestionamientos. Apenas alguno de los presentes osara preguntar: “¿De qué manera saldremos adelante? ¿En qué medida? ¿Haciendo qué?” el persuasor utilizará otras ambigüedades para responder, intentando disimular que no posee respuestas concretas.

Prácticamente todo lo que escuchamos son ambigüedades: “mejorar la educación”,

“más seguridad”, “menos desempleo”. Son deseos legítimos contra los que nadie puede oponerse, más nunca te dirán específicamente cómo alcanzarlos ni en qué medida son alcanzables.

Por regla general, el persuasor evitará brindar datos numéricos concretos que el público pueda medir posteriormente.

EXPECTATIVAS EMOCIONALES FALSAS

“¡Y entonces la dignidad de nuestro trabajo será reconocida finalmente!” Éste es un ejemplo de expectativa emocional. La estructura de la manipulación es similar a la que presentan otros mecanismos: no te presento un objetivo concreto y medible, sino una aspiración abstracta.

Martinnus

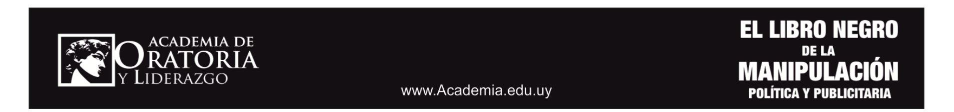
Sea cual fuere el resultado de las gestiones, el manipulador siempre podrá decirte luego: “Y finalmente nuestro trabajo fue dignificado”. Otra vez, sin importar en absoluto que la situación inicial haya cambiado o no.

TEMOR A LA EVITACION SOCIAL

Los seres humanos hemos desarrollado una necesidad de ser aceptados socialmente, y los persuasores utilizan ésta característica para darnos éste mensaje: **es más importante que formes parte de la comunidad, a que estés de acuerdo con lo que esa comunidad hace o piensa.**

De esa manera verás que los políticos se preocupan mucho de manifestar que van primeros en las encuestas o que su popularidad va aumentando. Saben que si te sientes parte de un grupo y aceptado por sus miembros, será más fácil que te adhieras a su causa.

Desde ya que lo correcto es seguir tus principios, aunque la sociedad te evite. Pero la mayoría de las personas sienten un verdadero temor ante ésta posibilidad.



FALSA COMPETITIVIDAD

Es sabido que tener un enemigo común fortalece los grupos. Es así que muchas veces verás que los políticos “se inventan” enemigos u opositores, solamente para poder gritar ante sus seguidores: “Cuidado porque XXXX está contra nosotros!”. Esto no hace más que fortalecer la unidad y el sentido de pertenencia, y logra una militancia más decidida.

Es muy común que enfrenten, incluso, a partes ajenas a los partidos. Generalmente verás éste incentivo de la confrontación en los ambientes laborales, enfrentando a los patrones con los empleados. Ante una situación de enfrentamiento y odio, al político le es mucho más fácil influir y manipular. Es un recurso muy utilizado también en los ambientes deportivos: las hinchadas que se odian gastan mucho más dinero en entradas y camisetas.

REPETICIONES ORQUESTADAS

Es un viejo principio que “una mentira repetida mil veces, se convierte en realidad”. Si lo piensas objetivamente, la realidad no necesita repeticiones. No tenemos que repetir mil veces que la ley de la gravedad existe, si dejas caer un objeto éste cae hasta el suelo y punto.

Martinnus

Ahora bien, cuando un persuasor desea que una hipótesis de dudosa veracidad sea percibida como una verdad incuestionable, la repetirá cientos de veces, en varios medios de comunicación al mismo tiempo, y a través de varios líderes de opinión a la vez. Llega un punto que el público deja de cuestionar la veracidad de la afirmación y la asimila como una realidad.

CONTAGIO PSIQUICO

Si logro colocar en la mente de un número suficiente de personas determinada idea, seguramente comenzará un proceso de contagio psíquico gracias al cual muchos integrantes del grupo terminarán creyendo también esa idea.

Este mecanismo se desarrolla mucho más fácilmente cuando se utiliza una noticia o idea que genera pánico, o cuando nos convencen de que estamos siendo privados injustamente de algún beneficio que nos corresponde.

Al igual que casi todos los mecanismos de manipulación, el contagio psíquico ocurre sin importar la veracidad o conveniencia de la idea que se difunde, y ocurre en forma totalmente subconsciente.

ACTITUDES PRE-EXISTENES

Un persuasor siempre intentará apoyarse en costumbres o convicciones que el público ya traiga consigo. De ésta forma logra **hablar a las personas “de ellos mismos”** (algo muy valioso en las técnicas de oratoria).

Así verás a los políticos apelar mucho a la religión en los pueblos del interior (donde se tiene la costumbre de concurrir a Misa cada domingo) y en los barrios periféricos de la capital los verás hablar de

la injusticia a la que se han visto sometidos (porque desde niños razonan en función de la injusticia y la desigualdad).

Es mucho más barato y rápido apoyarse en las actitudes preexistentes que intentar modificarlas. En caso de ser necesario modificarlas, el mecanismo habitual es contratar a líderes de opinión (actores, deportistas, etc.) para que repitan mil veces el mensaje opuesto.

La repetición, poco a poco, va minando la convicción inicial.

SELECTIVIDAD DE LA INFORMACION

Se puede manipular muy fácilmente seleccionando cuidadosamente los elementos **Martinnus**

que mostramos u ocultamos de cada hecho. De esa manera nadie puede acusar al candidato de estar brindando información falsa.

Ésta forma de manipulación es una de las más frecuentes, por lo fácil y efectiva que resulta. El observador atento notará que la mayor parte de la información que se brinda en una campaña política ha pasado por un filtro riguroso que selecciona los puntos en los cuales se pondrá el énfasis.

Objetivamente una media verdad es una mentira, pero el persuasor hábil se las arreglará para mostrarte una media verdad que sea muy real. Y de ésta forma podrá decirte, en el futuro, que nunca te mintió.

OMISIONES Y MEDIAS VERDADES

Es tan empleado éste recurso, que ya casi hemos perdido la capacidad de notar cuando estamos siendo influenciados por él.

No me voy a extender en explicar un mecanismo conocido por todos, pero te pido que prestes atención a lo siguiente: **ya casi no se transmite una sola noticia que no sea una verdad a medias.**



www.Academia.edu.uy
EL LIBRO NEGRO DE LA MANIPULACIÓN POLÍTICA Y PUBLICITARIA

ARGUMENTACION EMOTIVA

Rara vez presenciarás un discurso donde el político te ofrezca datos concretos que puedas medir.

Habitualmente, sus palabras te llevarán a un **plano emotivo y NO – MEDIBLE.**

Escucharás repetidas veces cosas tales como: “Tengo la convicción”, “entre todos podemos”,

“la gente de trabajo que nos sigue”, y un largo etcétera que buscará, por todos los medios, aumentar tu sentido de pertenencia al grupo a través de emociones y a través de “no brindarte información concreta”.

PERSONALIZACION DEL PROBLEMA

En los cursos de debate y resolución de conflictos, pongo mucho énfasis en que el alumno se centre en NO personalizar el problema y que le exprese verbal y claramente a la otra parte éste deseo. Es un muy buen inicio para cualquier negociación o debate decirle a la otra persona que “ambos desean lo mismo y que solamente difieren en el camino para lograrlo”. De esa manera el opositor se convierte en socio.

Bien, lo que se hace en política es exactamente lo contrario. Se intenta personalizar los **Martinnus**

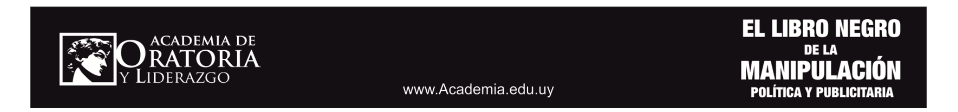
problemas, intentando que los votantes asocien (por ejemplo) su falta de poder adquisitivo con una persona concreta a la cual se quiere perjudicar.

TEMOR AL CASTIGO

Aunque parezca extraño, éste principio se utiliza abiertamente. Por supuesto que nadie te amenaza con darte una golpiza si no apoyas determinada candidatura, pero sí existen muchas formas de presionarte.

Ésta amenaza la sufren más bien los grupos y no tanto las personas. Seguramente, la Agrupación de Comerciantes de XXXX desee tener un buen relacionamiento con los gobernantes locales. Esto que nos parece tan normal, no es correcto desde el punto de vista de la libertad. Los

comerciantes de ésta agrupación deberían poder criticar o felicitar todo lo que deseen al gobierno, sin que su tarea se vea dificultada o facilitada. Si no ocurre de ésta manera, estamos ante un caso de "manipulación por Temor al Castigo". ¿Verdad que realmente ocurre ésta manipulación?



ESTEREOTIPOS

El persuasor hablará en forma general a un estereotipo de individuo muy bien definido, dependiendo del lugar donde se encuentre y a quién le esté hablando. Modificará su discurso en forma deliberada para penetrar más profundamente en su auditorio. Se valdrá también de los atributos que mentalmente le hemos asociado a cada estereotipo, para manipular los juicios y las valoraciones.

Fueron muy empleados en la manipulación política los estereotipos de personas de piel blanca y personas de color. Los atributos de limpieza, bondad e inteligencia se proyectaban sobre los blancos, y los atributos de maldad, violencia e ignorancia sobre las personas de color.

En caso de que se desee ganar la voluntad de las personas de color, se pondrá el énfasis en los atributos de haber sido explotados, de haber sufrido desigualdades, o de haber sido discriminados.

En todo caso se están utilizando los **atributos preconcebidos de cada estereotipo** para manipular a las personas y ganar su favor.

Notar que reviste gran importancia lograr enfrentar a un estereotipo con otro. Es importante educarse sobre ésta técnica para percatarse de que muchas veces los enfrentamientos entre grupos no existen hasta que el aspirante al gobierno los inventa.

Martinnus

Otros estereotipos muy utilizados han sido el de la chica liberada por

oposición al de la chica estudiosa, o el del empleado explotado en oposición al del patrón explotador.

SUSTITUCION DE PALABRAS COMUNES

Éste recurso es muy importante en los mecanismos de manipulación que diseñan los persuasores.

Un ejemplo sencillo: si quiero elevar a la clase empresarial, diré que generan empleo.

Si la quiero perjudicar, diré que “te explotan”. Las palabras son cuidadosamente seleccionadas por los persuasores.

Comúnmente se agrupa en un mismo conjunto a empresarios, comerciantes e inversores bajo la denominación de “burgueses”. Éste simple intercambio en las palabras está calculado para amplificar las emociones del auditorio.

El éxito más rotundo está dado por el hecho de que no solamente el persuasor se pronuncie en éstos nuevos términos, sino que también lo hagan sus seguidores llevando ésta

terminología al lenguaje cotidiano. Para lograr éste efecto, no solamente cambiarán las palabras comunes **sino que repetirán los nuevos términos** toda vez que sea posible.

Afectar el lenguaje corriente es un verdadero triunfo propagandístico, ya que permite que el mensaje persuasivo esté presente en todo momento en la mente del público.

UTILIZACION DELIBERADA DE LA MENTIRA

Somos víctimas de ésta **violencia** en forma más recurrente de la que pensamos. Me atrevo a decir que casi lo único que recibimos son mentiras orquestadas en forma deliberada.

Lo repito: casi todo lo que escuchamos de los persuasores en los medios es mentira.

¿No me lo crees? Te invito a hacer el siguiente ejercicio: repasa las noticias que nos dieron, las promesas que se hicieron y los pronósticos anunciados, y compáralos con lo que realmente ocurrió posteriormente.

Cuando uno hace éste ejercicio, cambia la televisión por las novelas de Shakespeare, y se entera de que es un pecado perderse las novelas de Shakespeare por mirar la televisión. **Martinnus**

Por favor, haz el ejercicio que te comenté. No me creas. No te dejes persuadir por mi afirmación categórica. Haz el ejercicio.

CREAR UN PROBLEMA PARA LUEGO OFRECER LA

SOLUCION

En la historia ha sido muy utilizado éste recurso. Supongamos que deseo oponerme al gobierno de turno. Un recurso que tengo a mano es estimular conflictos internos para luego culpar al gobierno y mostrarme como la solución posible a esos conflictos.

A lo largo de la historia se han verificado invasiones en toda su magnitud apoyadas por grupos internos opositores, no tanto para hacer caer al gobierno sino para generar un problema de grandes dimensiones frente al cual **quede en evidencia la incapacidad del gobierno para gestionarlo.**

AFIRMACIONES CATEGORICAS

Está comprobado que las personas habitualmente **tomamos por cierta una afirmación categórica sin reflexionar acerca de su veracidad, y que nos vemos contagiados por aquellos que se expresan con vehemencia.**

Por éstos dos factores verás a los políticos afirmar rotundamente y en

todo momento que crecen en las encuestas y que cada día ganan más y más adeptos, e incluso llegan a proclamarse ganadores semanas antes de ocurridas las elecciones.

Te dicen que cada día mejoran en las encuestas para que te contagies. **Te lo dicen en forma categórica para que te lo creas.**

AMENAZA DE UN TERCERO

La amenaza común genera vínculos muy fuertes entre los que se sienten amenazados.

Así como las potencias especulan sobre invasiones extranjeras para unir y comprometer a los ciudadanos, los políticos en campaña dicen cosas tales como “esto es lo que ha dicho el candidato opositor X sobre nosotros”, o “esto es lo que hará X con nuestro grupo si llega a ostentar el poder”.

Martinnus

Es muy frecuente también que los líderes exageren el daño o el perjuicio que se le intenta ocasionar al grupo, utilizando todas las herramientas de manipulación vistas más arriba. Muchas veces se llegan a inventar verdaderas conspiraciones, solamente para sugestionar y estimular la unidad grupal.

INDIVIDUALIZAR AL ADVERSARIO

Éste recurso es muy utilizado en las contiendas electorales. El político debe cuidarse mucho de atacar al grupo de votantes de otro candidato. Primero, porque nunca ganará su favor si los ataca; segundo, porque el enemigo común los hará más adeptos al candidato opositor.

Lo que se hace, entonces, es atacar solamente e individualmente al candidato opositor y aclarar siempre que sus votantes son personas de bien, víctimas de la manipulación del otro.

LIDERES DE OPINION

Hay personas que no le creen directamente al candidato, pero sí le creen a algún personaje reconocido (cantante, deportista, actor. No es necesario que sea un erudito en asuntos relevantes).

Es muy interesante notar que la influencia se produce aunque sea evidente que éste personaje reconocido recibe dinero a cambio de transmitir un mensaje favorable a determinado candidato.

Ocurre lo mismo con las marcas comerciales: ningún deportista posa gratuitamente para las fotos de determinada marca, el público lo sabe muy bien, y sin embargo las ventas de esa marca aumentan cuando se publican las fotos.

RIDICULIZACION

Éste recurso se utiliza cuando no tenemos argumentos reales para deteriorar la imagen del opositor, o cuando, teniéndolos, queremos aumentar el efecto o hacerlo llegar a **Martinnus**

las personas de menor complejidad intelectual.

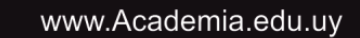
Es también una manera elocuente y efectiva de fortalecer aquello que hemos transmitido seriamente con palabras. De ésta manera el público lo recordará mejor.

Tiene, sin embargo, la siguiente desventaja: reduce el miedo al opositor. Generalmente ocurre que **la población pisotea con rabia aquello que una vez temió**, por lo tanto puede ser favorable que, por algún tiempo, un importante grupo de electores sientan temor hacia el candidato que se opone a nosotros.

Si es ridiculizado, el temor desaparece, y con él desaparece el deseo

futuro de borrar del mapa a aquél a quien temimos.





EL LIBRO NEGRO
DE LA
MANIPULACIÓN
POLÍTICA Y PUBLICITARIA

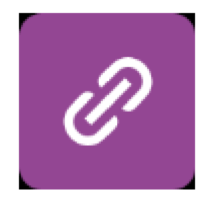












¡Gracias y felicitaciones por llegar hasta aquí!

Te he presentado en forma extremadamente resumida 34 métodos de manipulación y persuasión habitualmente utilizados durante las campañas políticas y comerciales.

Evidentemente, éste no es un texto académico y no agota de manera alguna todos los mecanismos existentes.

Aun así, es un manual práctico que reduce en forma dramática la vulnerabilidad de las personas que no se han dedicado a estudiar las técnicas de manipulación política.

Se lee en poco tiempo, y la muralla de conocimiento es efectiva. Haz el intento de que lo lean varias personas. Tienes permiso para compartir éste E-Book con todos aquellos que puedan encontrarle utilidad.

Te dejo también algunas formas de contacto para que te mantengas al tanto de las novedades:

Martinnus

https://www.facebook.com/oratoriauy

https://plus.google.com/103894125915975209468/posts

https://twitter.com/oratoriauy

http://www.youtube.com/user/oratoriauy

http://uy.linkedin.com/in/oratoriauy

http://www.academia.edu.uy - http://www.linares.org.uy

Tu aliado, Ismael Linares.









Este libro fue distribuido por cortesía de:

Para obtener tu propio acceso a lecturas y libros electrónicos ilimitados GRATIS

hoy mismo, visita:

http://espanol.Free-eBooks.net

Comparte este libro con todos y cada uno de tus amigos de forma automática, mediante la selección de cualquiera de las opciones de abajo:

Martinnus

Para mostrar tu agradecimiento al autor y ayudar a otros para tener agradables experiencias de lectura y encontrar información valiosa, estaremos muy agradecidos si

"publicas un comentario para este libro aquí" .

INFORMACIÓN DE LOS DERECHOS DEL AUTOR

Free-eBooks.net respeta la propiedad intelectual de otros. Cuando los propietarios de los derechos de un libro envían su trabajo a Free-eBooks.net, nos están dando permiso para distribuir dicho material. A menos que se indique lo contrario en este libro, este permiso no se transmite a los demás. Por lo tanto, la redistribución de este libro sín el permiso del propietario de los derechos, puede constituir una infracción a las leyes de propiedad intelectual. Si usted cree que su trabajo se ha utilizado de una manera que constituya una violación a los derechos de autor, por favor, siga nuestras Recomendaciones y Procedimiento de Reclamos de Violación a Derechos de Autor como se ve en nuestras Condiciones de Servicio aquí:

http://espanol.free-ebooks.net/tos.html